

SKRIPSI

**PENGARUH SUASANA TOKO DAN POTONGAN HARGA TERHADAP
PEMBELIAN IMPULSIF PADA CARREFOUR KOTA MALANG**



DISUSUN OLEH :

Wawan Adhi Prasetyo

201410160311058

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2018

SKRIPSI

**PENGARUH SUASANA TOKO DAN POTONGAN HARGA
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA CARREFOUR KOTA MALANG**

Oleh :

Wawan Adhi Prasetyo
201410160311058

Diterima dan disetujui
pada tanggal 29 Maret 2018

Pembimbing I,


Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.

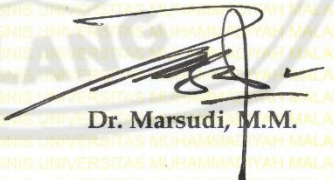
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,


Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Pembimbing II,


Dr. Rahmad Wijaya, M.M.

Ketua Jurusan,


Dr. Marsudi, M.M.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH SUASANA TOKO DAN POTONGAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA CARREFOUR KOTA MALANG

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Wawan Adhi Prasetyo

NIM : 201410160311058

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 29 Maret 2018 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dra. Ratih Juliati, M.Si.

Penguji II : Baroya Mila Shanty, S.E., M.M.

Penguji III : Dr. Rahmad Wijaya, M.M.

Penguji IV : Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Marsudi, M.M.

1.

2.

3.

4.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Manajemen – Akuntansi – Ilmu Ekonomi Pembangunan – D-III Keuangan dan Perbankan
(Terakreditasi)

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Telp. 0341-464318, Psw. 211-215, Fax 0341-460435

Website: <http://feb.umm.ac.id> Email: feb@umm.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Panitia Ujian Tugas Akhir/Skripsi Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang pada :

Hari / Tanggal : **Kamis 29 Maret 2018**

Tempat : **FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Telah mengadakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi atas nama mahasiswa :

N a m a : **Wawan Adhi Prasetyo**

No. Induk : **201410160311058**

Program Studi : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **PENGARUH SUASANA TOKO DAN POTONGAN HARGA
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA CARREFOUR
MALANG**

Dengan susunan penguji sebagai berikut :

No.	Nama Dosen Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Dra. Ratih Juliati, M.Si.	82	
2.	Dra. Baroya Mila Shanty, M.M.	82	
3.	Dr. Rahmad Wijaya, M.M.	84	
4.	Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.	84	

Nilai rata-rata : **A / 83**

Dinyatakan : **Lulus / Tidak Lulus *)**

Kategori : **Layak / Tidak Layak *)**

Untuk dipublikasikan dan dimuat Web UMM

Mengetahui

a.n. Dekan FEB-UMM,

Wakil Dekan I,

Dr. Widayat, M.M.

Malang, **29 Maret 2018**

Ketua Tim Penguji,

Dra. Ratih Juliati, M.Si.

Ket: *) Coret yang tidak perlu

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Jl. Raya Tlogomas 246 Telp.0341-464318 Pes.214 Malang, 65144

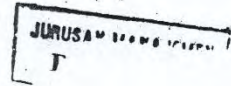
DAFTAR PERUBAHAN DRAF

Nama Mahasiswa : Wawan Adhi Prasetyo

NIM : 201410160311058

No.	Perubahan-Perubahan yang Harus Dilakukan	Halaman	Keterangan
1).	Kurangkan aroma wangi, udara, lampu yg terang terhadap Pemberian Impulsif.		
2)	Kurangkan potongan harga banyak ragam terhadap Pemberian Impulsif		4/4
3).	Beri kesimpulan di rentang skala yg paling menonjol yg mempengaruhi Pemberian Impulsif.		5/4
4).	Pada rentang skala pemberian Impulsif terdapat skor terbanyak kurangkan dgn suasana toko dgn potongan harga.		24/4
5)	Lihat draft (Baroya)		7/4

KARTU KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI



NAMA : Wawan Adhi Prasetyo

NIM/IPK/Konsent : 201410160311058 / 3,61 / Pemasaran

Tgl. SK Bimbingan :


Alamat/Tlp/HP : Jln Kerangka Negeri Desa Oro-Oro Ombo, Batu
082141791935Judul Skripsi : Pengaruh suasana toko & potongan harga (Discount)
terhadap pembelian impulsif (studi pada
carrefour malang).

Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
15/10-17	Detail penelitian latar belakang masalah menggunakan proses berpikir deduktif Hg tema penelitian yaitu "pembelian impulsif"		
20/10	Latar belakang masalah & d. kegunaan penelitian OK		
24/10	Revisi: susun latar belakang. Logika penulisan var bebas.		
23/10	Tulis proposal lengkap		
28/10	Tulis proposal lengkap - Penulisan sitasi di web. - Manfaat penelitian		
8/11-17	Bab 2 Temu diperbaiki: jurnal pendukung hipotesis di (+)		

Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
14/11/17	Perbaiki proposal		
17/11	Bab 2 OK		
	Bab 3 : Populasi, sampel		
	Def. Op. Var ; Analisis desk		
22/11	Siapkan seminar proposal		
24/11	- Indikator, alat analisis		
	- Uji hipotesis,		
	- Skronisasi		
9/12	- Indikator Mupola Bury		
	- Teswell Sampling		
	- Metpe		
10/12	Langkah rumus prop		
10/1-18	Konsistensi uji validitas 2 reliabilitas ke + 40		
	upadan		
13/12	Perbaiki kurva		
2/2-18	Langkah dist kurva		
5/2-18			
19/18	Perbaiki bab IV		
28/2-18	Bab 4 diperbaiki		
7/3-18	Pembahasan 2 Bab 5		
8/3-18	Acc bab 4 & 5		
9/3-18	Konsistensi Kesimpulan & Saran		
14/3-18	Bab 5 Oke		
21/3-18	acc upan		

[illegible]

Jalmie
Dr. R.D. Jatmiko, MMS


Dr. Mahmood W, SE, Mm.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim,

Puji dan syukur yang teramat dalam saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, berkah, hidayah dan ridho-Nya, yang telah memberikan segala kemampuan dan kelancaran kepada saya untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Suasana Toko dan Potongan Harga Terhadap Pembelian Impulsif Pada Carrefour Malang)” sebagai salah satu syarat mencapai derajat Sarjana Ekonomi program studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Malang.

Selama proses penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari dukungan dan bantuan beberapa pihak, oleh karena itu perkenankan saya menyampaikan ucapan syukur dan terima kasih kepada:

1. Drs. Fauzan, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Idah Zuhroh, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Marsudi M.M, selaku Ketua Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M, selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, pikiran, dan perhatiannya untuk membimbing dan memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi ini.

5. Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, pikiran, dan perhatiaannya untuk membimbing dan memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Dra. Dewi Nurjannah M.M. selaku Dosen Wali yang telah sabar memberikan pengarahan dan nasehat selama masa perkuliahan di Progam Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan bekal berharga berupa ilmu pengetahuan.
8. Kedua Orang Tua saya tercinta, Bapak Sumantri dan Ibu Nur Wijiati, serta adik saya Fahmi Adhi Maulana yang telah memberikan dukungan dan doa yang tidak pernah terputus hingga terselesaikannya skripsi ini.
9. Rekan-rekan seperjuangan Manajemen-B angkatan 2014, keluarga baru yang telah memberikan banyak pengalaman berharga selama di perkuliahan.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus dan ikhlas memberikan doa, dukungan, dan motivasi hingga dapat terselesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat, taufik hidayah, dan anugerah-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, bantuan, motivasi, dan hiburan kepada saya hingga terselesaikannya skripsi ini.

Saya menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan, oleh karena itu saya menerima segala saran dan kritik yang sifatnya membangun

demi kesempurnaan skripsi ini. Saya berharap semoga karya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Malang, 15 Maret 2018

Penulis,

Wawan Adhi Prasetyo



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu	8
B. Kerangka Pikir dan Hipotesis.....	13
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian	19
B. Jenis Penelitian	19
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	19
D. Definisi Operasional.....	20
E. Teknik Pengumpulan Data	22
F. Jenis dan Sumber Data	22
G. Teknik Pengukuran Data	22
H. Uji Instrumen Penelitian.....	23
I. Teknik Analisis Data	24
J. Uji Asumsi Klasik	26
K. Analisis Regresi Linier Berganda.....	28
L. Uji Hipotesis.....	28
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran dan Karakteristik Responden.....	31
B. Uji Instrumen Penelitian.....	33
C. Hasil Teknik Analisis Data.....	35

D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	44
E. Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
F. Konstanta.....	48
G. Koefisien Determinasi.....	49
H. Uji Hipotesis.....	50
I. Uji t.....	50
J. Uji f.....	51
K. Pembahasan.....	52

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan.....	59
B. Saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA.....	62
----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	67
----------------------	-----------



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional	21
Tabel 3.2 Skala Likert	22
Tabel 3.3 Rentang Skala	25
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Status dan Usia	32
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Instrumen	34
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	35
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Suasana Toko.....	36
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Potongan Harga	39
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Pembelian Impulsif.....	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas Berdasarkan Kolmogrov	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikoloreialitas	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Heterokedastisitas Berdasarkan Uji Glejser	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi Berdasarkan Durbin Watson	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi Berdasarkan Run Test.....	47
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi	49
Tabel 4.15 Hasil Uji-t.....	50
Tabel 4.16 Hasil Uji F	52

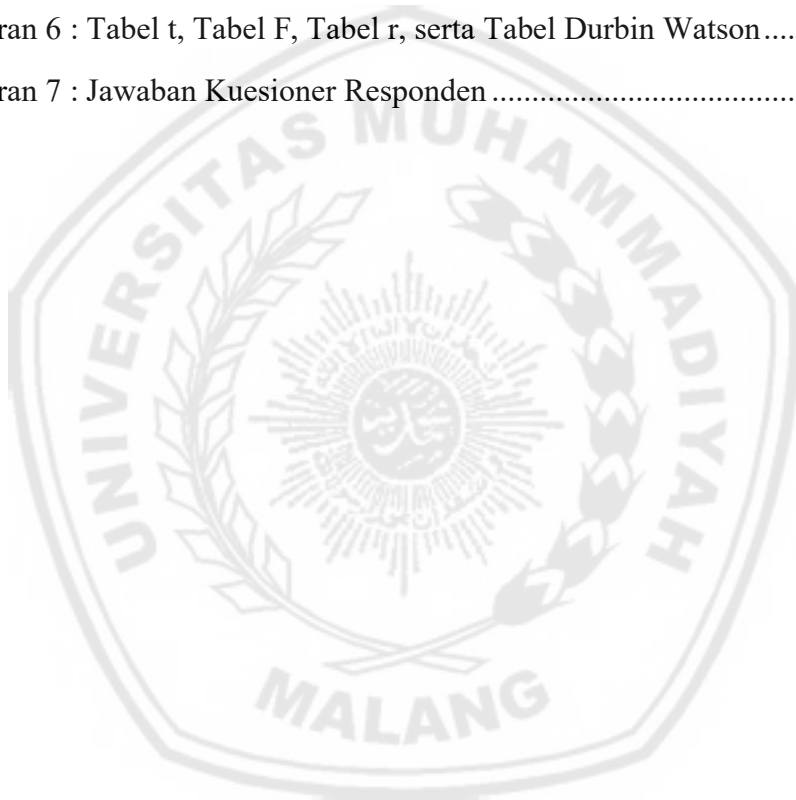
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	13
------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	67
Lampiran 2 : Uji Validitas.....	70
Lampiran 3 : Uji Reliabilitas.....	71
Lampiran 4 : Uji Asumsi Klasik	72
Lampiran 5 : Analisis Regresi Berganda.....	74
Lampiran 6 : Tabel t, Tabel F, Tabel r, serta Tabel Durbin Watson.....	74
Lampiran 7 : Jawaban Kuesioner Responden	78



DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Quratul, 2016. "Pengaruh Atmosfer Toko dan Promosi Penjualan Terhadap Shopping Emotion Dan Pembelian Tidak Terencana". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.|Vol. 37 No. 1 Agustus 2016|
- Akram, Umair, 2016. "Impact Of Store Atmosphere On Impulse Buying Behavior Moderating Effect Of Demographic Variable". *International Journal of U- And E- Service , Science And Techonologi* Vol. No. 7 Pp. 43-60
- Amsani, P., D. dan Hadi P., S. 2017. "Pengaruh Discount dan Store Atmosphere Terhadap Perilaku Impulse Buying". *Jurnal Manajemen*. Vol. 6 No.4, 2017
- Banerjee, S., and Saha S., 2012. "Impulse Buying Behaviour In Retail Stores – Triggering". *Asia Pacific Journal of Marketing & Management Review*. Vol.1 No. 2, October 2012, ISSN 2319-2836.
- Bhojak et al, 2014. "A Study of Factor Affecting Consumer Impulse Buying Behavior for Retail Product". *Manajemen Research Project II*.
- Coley, A., & Burgess B., 2003. "Gender Differences In Cognitive And Affective Impulse Buying". *Journal Fashion Of Marketing And Management*. Vol. 7 No.3 282-295.
- Chen, H., and Hsieh T. 2011."The Effect Of Atmosphere On Customer Perceptions And Customer Behavior Responses In Chain Store Supermarkets". Vol. 5(24), pp. 10054-10066, 14 October, 2011
- Dalihade, M. P., Massie J.D dan Tielung, V., J. 2017. "Pengaruh Potongan Harga dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Department Store Mega Mall Manado" . *Jurnal EMBA*. Vol. 5 No.3 September 2017 Hal 3538-3549.
- Decilya, Sutji 2011. "Pembelanja Indonesia Makin Impulsif" <https://bisnis.tempo.co/read/342265/pembelanja-indonesia-makin-impulsif> [Diakses 18 November 2017]
- Ferdinand, A., T. 2006. *Metode Pnenelitian Manajemen: Pedoman Penelitian*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta : BPFE.
- Ghozali, Imam. 2017.*Aplikasi Analisis Muultivariate Dengan Program SPSS Edisi Ketujuh*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gumilang A., W. 2016. "Pengaruh Price Discount dan Store Atmosphere Terhadap Emotional Shopping Dan Impulse Buying". *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 15, No. 3, 2016: 1859-1888 ISSN : 2302-8912

- Hidayat, E., N. 2013. "Studi Tentang Emosi Psikologis Dalam Meningkatkan Intensitas Pembelian Impulsif D'cosmo Semarang".
- Herabadi, A., G. 2003. "Buying Impulses:A Study on Impulse Consumption" . Artikel dipresentasikan pada 2003 Universitas Katolik Manajemen, Bogor
- Herukalpiko D., K. Prihatini, A., E. & Widayanto. 2013. "Pengaruh Kebijakan Harga, Atmosfer Toko Dan Pelayanan Toko Terhadap Perilaku Impulse Buying Konsumen Robinson Department Store Semarang". *Journal Of Social And Politic Of Science* Tahun 2013, Hal. 1-9.
- Jones, M. Reynolds, K. Weun, S. and Bealty, S., 2003. "The Product-Specific Nature of Impulse Buying Tendency". *Journal of Business Research* Vol. 56, Issue 7, July 2003, Pages 505-511.
- Kacen, J. and Lee. 2002. "The Influence of Culture on Consumer Impulsive Buying Behavior". *Journal Of Consumer Psychology*, Vol.12(2), 163–176.
- Karbasivar, A., and Yarahmadi, H. 2011. "Evaluating Effective Factors on Consumer Impulse Buying Behavior". *Asian Journal of Business Management Studies* 2 (4): 174-181, 2011
- Katalogpromosi.com 2017. "Katalog Carrefour Weekend Promo periode 10-12 November 2017".<http://katalogpromosi.com/brands/carrefour/katalog-carrefour-promo-weekend> (Diakses 5 Oktober 2017)
- Kotler, Philip 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2* Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kuncoro, Mudrajat. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi Edisi 4*. Jakarta: Erlangga.
- Lai, Jinlu. 2017. "The Comparative Research on Online Impulsive Buying Behaviour between the U.K and China". *Journal of Residuals & Technology*. Vol. 14, Supplement 1.
- Lin, C., and Chuang, S. 2005. "The Effect Of Indivtoul Differences On Adolescents Impulsive Buying Behavior".
- Mathai S.T. and Haridas R. 2014. "Personality- Its Impact On Impulse Buying Behavior Among The Retail Customers In Kochin City". *Journal of Business an Management*. Vol 16, issue 4 ver.IV PP 48-55.
- Mattila A., S. & Wirtz, J. 2008. "The Role of Store Enviromental Stimulation and Social Factors on Impulse Purchasing". *Journal of Service Marketing*, Vol. 22 Issue:7., Pp:562-567.

- Mihic, M. And Kursan, I. 2010. "Assesing The Situational Factors and Impulse Buying Behavior: Market Segmentation Approach". *Journal of Management*, Vol. 15 No. 2. Pp:47-66 .
- Mohan, G., B. Sivakumaran, & P. Sharman. 2013. "Impact Of Store Enviroment On Impulse Buying Behavior". *Eouropean Journal of Marketing*. Vol. 47 Issue: 10, pp. 1711-1732.
- Mowen, John C dan Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Nagadeepa, C., J. Tamil Selvi., A. Pushpa. 2015. "Impact of Sale Promotion Techniques on Consumers Impulse Buying Behaviour towards Apparels at Bangalore". *Asian Journal of Management Sciences & Education*. Vol.4(1). Pp. 116-124.
- Paramita, Niza 2015. "Pengaruh Motivasi Belanja Hedonic Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Matahari Surabaya". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 4, Nomor 1 Januari
- Peck, J, & Childers, T., L. 2006. "If I touch it I have to have it: Individual and environmental Influences on Impulse Purchasing". *Journal of Business Research*. Vol. 59 2006. Pp:756-769.
- Purjono, 2007. "Berharap dari Impulse Buying". *Marketing*, Agustus 2007.
- Putri, C., M. Apriatni E., P. dan Prabawani. B. 2015. "Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) Pada Matahari Departement Store Plaza Simpang Lima Semarang".
- Pragita, Atiki A. 2013. "Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Emosi Dan Dampaknya Kepada Keputusan Pembelian" *Jurnal Profit*. Vol. 7, No. 1
- Priyatno, Duwi. 2016. *Belajar Alat Analisis Data Cara Pengolahannya Dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Ratnasari, Vika Ary, Srikandi Kumadji dan Andriani Kusumawati. 2015. "Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Hedonic Shopping Value Dan Impulse Buying".
- Rook D., W. 1987. "The Impulse Buying". *The Journal of Consumer Research*, Vol. !4, No. 2. Sep, 1987. Pp:189-199
- Rook, D. W. And Fisher R. J., 1995. "Normative Influences Impulse Buying Behavior". *Journal of Consumer Research*, Vol. 22, No. 3 (Dec., 1995), pp. 305-313.

- Ruswanti E. 2016. "The Impact of The Impulse Buying Dimension and Cherry Picking: An Empirical Study (Consumers Case Study in a Mall Central Jakarta)". *Journal of Indonesian Economy and Bussiness*, Vol. 31 No. 1. Pp:81-98.
- Sari, E. 2014. "Analisis Faktor yang mempengaruhi Pembelian Spontan". *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. 8. No. 1 Mei 2014. Hal: 55-73
- Semuel, H., 2006. "Respons lingkungan berbelanja sebagai stimulus pembelian tidak terencana pada toko serba ada (Studi kasus Carrefour Surabaya)". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Journal of Management and Entrepreneurship*, 7(2), pp.pp-152.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sutianto, Feby 2016. "Konsep Baru Carrefour" <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/3145978/konsep-baru-carrefour> [Diakses 5 Oktober 2017]
- Sutisna, 2002. *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Schiffman G. Leon., Kanuk Lazar. L. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Shuleska, A., C. 2012. "The Impact of Situational, Demographic, and Socioeconomic Factors on Impulse Buying in the Republic of Macedonia". *Journal of East-West Business*, ISSN:1066-9868, Vol. 18, Pp:208-230.
- Solenski, Vikario. 2017. "Influence Of Price And Sales Promotion On Impulse Buying Azwa Perfume Pekanbaru". *Jom Fisip* Volume 4 No. 2 Oktober 2017
- Tausif, R., M. & Guptha, M. 2013. "A Study Of Factors Affecting Impulse Buying Behaviour Of Consumers At Malls, Delhi". *Journal Research Shoolar* (Sharda University Greater Noida). ISSN : 2319-5479, Vol 2.
- Tinne, W., S. 2011. "Factors Affecting Impulse Buying Behavior of Consumers at Superstore in Bangladesh". *ASA University Review*, Vol. 5 No. 1.
- Tendai, M. and Crispen, C. 2009. "In-Store Shopping Environment And Impulsive Buying". *African Journal of Marketing Management*. Vol. 1(4) pp. 102-108 July, 2009.
- Utami, C. W. 2006. *Manajemen Ritel Strategi Dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, C. W, 2012. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.

- Utami, C. W, 2010. *Manajemen Ritel, edisi kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Vishnu, P. & Raheem, A., R. (2013). "Factors Influencing Impulse Buying Behavior". *Eropean Journal of Scientific Research* ISSN: 1450-216X/1450-202X, Vol 100 (3): 67-79..
- Wirawan, D. 2007. "Pembelian terencana dan tak terencana". <https://donydw.wordpress.com/2007/11/24/pembelian-terencana-dan-tak-terencana/> [Diakses 5 Oktober 2017]
- Weerathunga, A., K. & Pathmini, M., G. (2015). "Impact of Sales Promotion on Consumers Impulse Buying Behavior; Study In Supermarkets In Anuradhapura City". *International Research Symposium, IRSyRUSI* 2015.
- Xu, Y. And Huang J., 2014. "Effects Of Price Discounts And Bonus Packs On Online Impulse Buying". *Journal Social Behavior And Personality*, 2014, 42(8), 1293-1302.
- Xu, Yingjiao 2009. "Impact of Store Environment on Adult Generation Y Consumers Impulse Buying". *Journal of Shopping Center Research* (2009). Vol. 14, Nomor 1, pp. 39-56
- Yudatama, Aditya, Saryadi, dan Hari Susanto. 2012. "Pengaruh Store Image, Store Atmospherics, Store Theatrics, dan Social Factors Terhadap Pembelian Tidak Terencana" *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Undip*, 2012.
- Zhou, H., & Gu, Z. (2015). "The Effect of Different Price Presentations on Consumer Impulse Buying Behavior: The Role of Anticipated Regret". *American Journal of Industrial and Business Management*, Vol. 5, Pp:27-36.
- Zhou, I. and Wong, A. 2008. "Consumer Impulse Buying and In-store Stimuli in Chinese Supermarket", *Journal of International Consumer Marketing*, Vol. 16, No. 2. Pp:37-53